

第5章 関係機関・団体との連携強化等

社会的な課題が複雑・多様化している中、県民ニーズに応じた施策を展開する上で、行政がこれまでの公共的サービスのあり方を見直し、行政間の連携はもちろん、行政以外の関係団体と連携・協働することがさらに重要になります。そのため、あらゆる施策を展開する上で、連携や協働を意識して行うことが求められています。

消費者問題の解決に向けては、行政機関や消費者団体・弁護士会等の関係団体が様々な取組を行っていますが、これらの取組をより効果的に県内全域に広めていくため、関係する機関や団体など、幅広い主体と情報共有を図り、それぞれの専門や得意分野を活かしながら連携・協働していきます。

1 各基本方針を推進するための連携強化

基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

消費者取引の適正化のための事業者指導にあたっては、消費者からの相談等を受けて、市町、庁内関係部局、警察と連携し情報収集等を行い、消費者庁など国の機関や他都道府県と連携して調査・指導を行います。

商品・サービスの安全性の確保については、事業者団体、消費者団体、庁内関係部局等、国と連携のうえ、情報収集・調査を行い、消費者へ情報提供を行います。

生活関連物資およびサービスの安定供給については、法令を所管する国と連携し、必要に応じて事業者の協力をいただき、消費者へ啓発を行います。

基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

消費者への情報発信にあっては、国や市町と情報交換を図りながら、消費者の特性に応じて、様々な関係団体や庁内関係部局と連携して行います。

消費者教育は、学校をはじめ、教育委員会、関係団体、国、市町等と連携し、消費者や学校等の現場のニーズを組み取って推進します。

特に、エシカル消費の推進など消費者市民社会の構築に向けた気運づくりのためには、多様な主体と連携を図りながら進めることが重要です。連携を進めるにあたっては、消費者教育をはじめとする消費者施策の実施主体間のネットワークを広げるよう、積極的な情報交換や交流の場（機会）づくりに努めます。

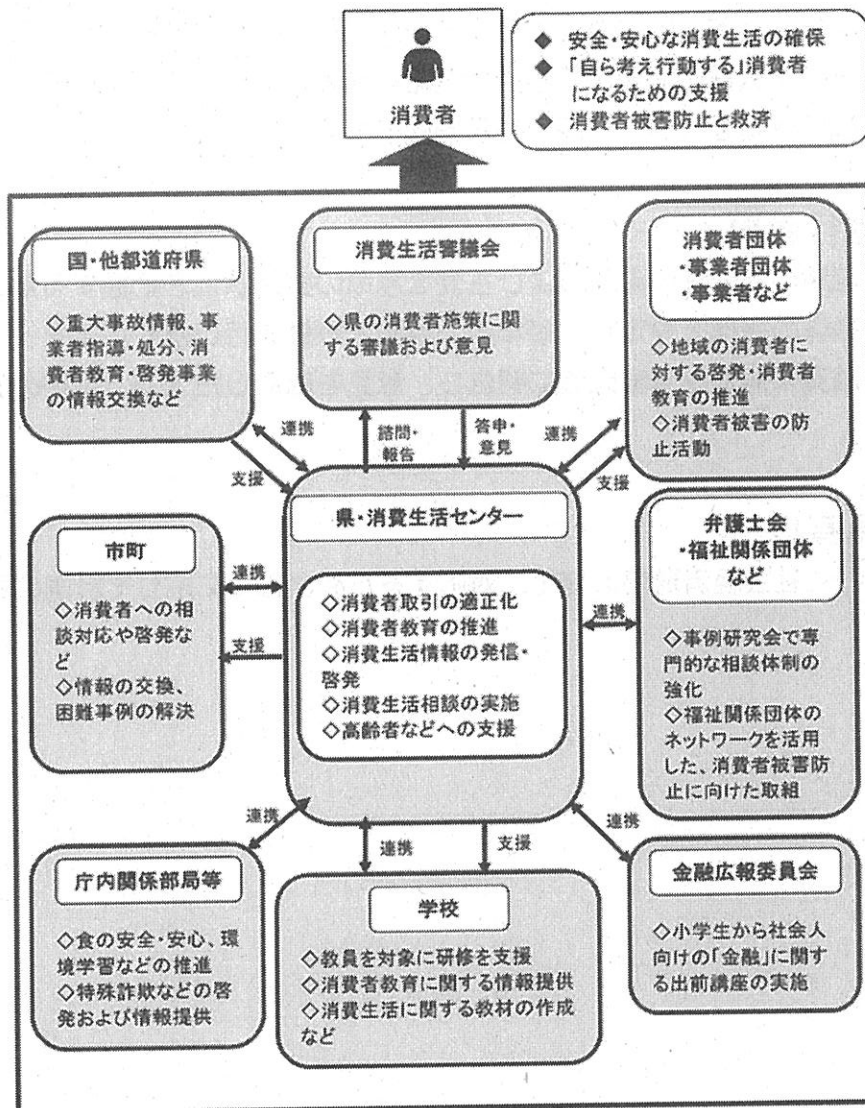
基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済

消費生活相談体制について、国と連携して相談員のスキルアップのための研修や、市町の相談窓口に必要な助言を行うなど、充実支援を行います。多重債務²⁷問題等の高度な法律的判断を必要とする相談事案については、弁護士会、司法書士会、法テラス等と連携し、消費者の問題解決に努めます。

また、社会的に不利な立場にある方への支援は、民生委員や福祉関係団体等と連携した見守り活動や、消費者団体、事業者団体、警察と連携して啓発を行うほか、消費者安

全確保地域協議会の設置について、国と連携して市町を支援します。

法令違反事業者に対しては、国、他都道府県、警察と連携し厳正な処分を行います。



2 消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保

消費生活条例では、消費者の権利として、消費者施策に消費者の意見が反映されることと規定しています。

知事の附属機関として設置されている滋賀県消費生活審議会において、消費者施策についての重要事項の調査・審議等を行うとともに、滋賀県消費者基本計画の改定に当たっては、県民政策コメント制度²⁸の活用等により消費者や消費者団体等の意見を反映するよう努めます。また、県政モニターアンケートにおける消費者の意見を分析し、施策へ反映するよう努めます。

併せて、消費者行政全般にわたる透明性を確保するため、消費者施策や滋賀県消費生活審議会における審議状況をホームページ等で公表します。

第6章 計画の推進体制と進行管理

1 計画の推進体制

県民活動生活課および滋賀県消費生活センターが中心となり、庁内の消費者施策を実施する部局等からなる滋賀県消費者行政推進連絡調整会議において、全庁的な総合調整・意見交換・進捗管理を行い、計画の推進を図ります。

2 計画の進行管理

計画に基づく施策の実効性の確保および主要な施策の実施状況を把握するため、第4次計画における指標の目標を設定し、毎年度、点検・評価を行います。また、その点検・評価結果を滋賀県消費生活審議会に報告し、意見を聴取した上で、今後の施策への反映に努めます。

3 計画の見直し

消費者を取り巻く社会経済環境の変化に対応するため、必要に応じて計画の見直しを行います。

計画における指標の目標

	指標			備考欄
	項目	現状(令和元年度)	目標(令和7年度)	
I 安全・安心な消費生活の確保	1 事業者向け景品表示法に係る講座における理解度	95.9%	100% (各年度)	講座参加者へのアンケート調査
	2 食品製造工場および飲食店等の「衛生管理計画」の作成状況の確認と指導	— (令和3年度から実施)	100% (各年度)	(第2次)滋賀県食の安全・安心推進計画(各年度の許可継続施設に対する確認率)
II 「自ら考え行動する」消費者になるための支援	3 しらしがメール/LINEの「消費生活情報」登録者数	27,000人	30,000人	
	4 教育者向けの支援に関し、今後に役立つと回答した教育者の割合	—	100% (各年度)	支援を行った方へのアンケート調査
	5 消費者教育教材「社会への扉」等を活用した、実践的な消費者教育を実施する高等学校(特別支援学校の高等部を含む)の割合	82.2%	100%	若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム(消費者庁、文部科学省、金融庁、法務省)
	6 「エシカル消費」の実践として、地産地消を心掛ける消費者の割合	67.6% (令和2年度)	80%	県政モニターアンケート
	7 食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合	78.3% (令和2年度)	80%	滋賀県食品ロス削減推進計画 県民アンケート
	8 家庭系食品ロスの年間発生量(推計)(県内の家庭から発生した食品ロスの年間発生量)	2.8万t (平成29年度)	2.5万t(令和5年度) 2.1万t(令和12年度)	滋賀県食品ロス削減推進計画
III 消費者被害の防止と救済	9 「消費者ホットライン188」を知っていると回答した消費者の割合	33.3% (令和2年度)	50%	県政モニターアンケート
	10 県消費生活センターによるあっせん解決率	90%	90%以上 (各年度)	
	11 消費者安全確保地域協議会設置市町の県内人口カバー率	9%	50%	地方消費者行政強化作戦2020(消費者庁)
	12 県・市町の消費生活相談員の研修参加率	92.7%	100% (各年度)	地方消費者行政強化作戦2020(消費者庁)

資料編

- 滋賀県消費生活条例
- 策定経緯
- 消費生活相談の状況
- 用語解説

滋賀県消費生活条例

(昭和50年12月19日滋賀県条例第43号)

第1章 総則 (第1条—第7条の2)

第2章 滋賀県消費生活審議会の設置

(第8条—第12条)

第3章 消費生活の安全等 (第13条—第29条)

第4章 消費者被害の救済 (第30条—第37条)

第4章の2 消費生活センターの組織および運営等

(第37条の2—第37条の7)

第5章 生活必需物資の需給の確保および価格の安定 (第38条—第44条)

第6章 補則 (第45条—第51条)

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質および量ならびに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護および増進に関し、消費者の権利の尊重およびその自立の支援その他の基本理念を定め、県、事業者および事業者団体（以下「事業者等」という。）ならびに消費者および消費者団体（以下「消費者等」という。）の責務を明らかにするとともに、県が実施する施策について必要な事項を定めることにより、県民の消費生活の安定および向上を図ることを目的とするとともに、消費者安全法（平成21年法律第50号。以下「法」という。）第10条第1項の規定に基づく消費生活センターの組織および運営ならびに情報の安全管理に関する事項を定めるものとする。

(基本理念)

第2条 前条の目的を達成するための県の基本的かつ総合的な施策（以下「消費者施策」という。）は、県、事業者等および消費者等の相互の信頼を基調として、かつ、次に掲げる消費者の権利を尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護および増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

- (1) 消費生活における基本的な需要が満たされること。
- (2) 健全で質の高い環境の下で消費生活を営むこと。

(3) 消費生活に係る商品または役務によって生命、健康および財産を侵されないこと。

(4) 消費生活において、適正な質を有し、適正な表示のされている商品または役務の供給を受けること。

(5) 消費生活に係る商品または役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること。

(6) 消費生活において必要な情報および教育の機会が提供されること。

(7) 消費生活において不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済されること。

(8) 消費者施策に消費者の意見が反映されること。

2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3 消費者施策は、高度情報通信社会および国際化の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

(県の責務)

第3条 県は、前条の消費者の権利の尊重およびその自立の支援その他の基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、消費者施策を推進するものとする。

2 県は、消費生活の安定および向上に関し、市町との連携を図るとともに、市町が実施する消費生活の安定および向上に関する施策について必要な助言および協力を行うものとする。

第4条 削除

(事業者等の責務)

第5条 事業者等は、基本理念にかんがみ、事業者の供給する商品および役務について、次に掲げる責務を有する。

- (1) 消費者の安全および消費者との取引における公正を確保すること。
- (2) 消費生活に必要な物資について、その価格の安定および流通の円滑化に努め、消費者への安定的な供給を確保すること。
- (3) 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- (4) 消費者との取引に関して、消費者の知識、経験および財産の状況等に配慮すること。
- (5) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速

に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

(6) 消費者施策に積極的に協力すること。

- 2 事業者等は、消費者の意向を事業者の事業活動に反映させるよう努めるとともに、事業者が供給する商品および役務について品質等を向上させ、事業者の事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(消費者等の責務)

第6条 消費者は、自ら進んで、消費生活に関して、必要な知識を修得し、および必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

- 2 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集および提供ならびに意見の表明、消費者に対する啓発および教育、消費者の被害の防止および救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定および向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(環境への配慮)

第7条 事業者等は、消費生活に係る商品および役務の供給に当たっては、省資源・省エネルギーを目指した商品および環境に悪影響を与えるおそれの少ない商品の開発または販売に努めるとともに、環境を汚染する物質の削減に努めなければならない。

- 2 消費者は、消費生活を営む上で、省資源・省エネルギー、環境に悪影響を与えるおそれの少ない商品の使用および環境を汚染する物質の削減に努めなければならない。
- 3 県は、健全な消費生活を推進するため、省資源・省エネルギー等環境への配慮に関し、知識の普及、情報の提供その他必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(消費者基本計画)

第7条の2 知事は、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画(以下「消費者基本計画」という。)を策定するものとする。

- 2 消費者基本計画には、消費者施策に関する基本的な方向その他消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項を定めるものとする。
- 3 知事は、消費者基本計画を策定するに当たっては、あらかじめ県民の意見を反映することができ

るよう、必要な措置を講ずるものとする。

- 4 知事は、消費者基本計画を策定するに当たっては、あらかじめ滋賀県消費生活審議会の意見を聴くものとする。
- 5 知事は、消費者基本計画を策定したときは、これを公表するものとする。
- 6 前3項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

第2章 滋賀県消費生活審議会の設置

(設置)

第8条 知事の諮問に応じ、県民の消費生活の安定および向上を図るための重要事項を調査審議し、ならびに知事の求めに応じ、消費者の苦情等を解決するためのあつせんまたは調停を行うため、滋賀県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を設置する。

- 2 審議会は、前項に規定する事項に関し、知事に建議することができる。

(組織)

第9条 審議会は、委員15人以内で組織する。

- 2 審議会に、特別の事項を調査審議し、または苦情等の特別の事案のあつせんもしくは調停を行うため必要があるときは、臨時委員若干人を置くことができる。
- 3 委員および臨時委員は、次に掲げる者のうちから、知事が委嘱する。
 - (1) 消費者
 - (2) 事業者
 - (3) 学識経験を有する者
- 4 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 5 臨時委員は、当該特別の事項の調査審議または特別の事案のあつせんもしくは調停が終了したときは、解嘱されるものとする。

(専門部会)

第10条 審議会は、必要に応じ、専門部会を置くことができる。

(委任)

第11条 審議会の運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第12条 削除

第3章 消費生活の安全等

第1節 危害の防止

(安全性の確保)

第13条 事業者等は、消費者に供給する商品または役務の安全性を確保するため、常に、自主的に監視、点検等必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

(危険な商品等の供給の禁止)

第14条 事業者等は、消費者の健康を損ない、もしくは損なうことが明らかになり、または消費者の身体もしくは財産に危害もしくは損害を及ぼし、もしくは及ぼすことが明らかになった商品または役務（以下「危険な商品等」という。）を供給してはならない。

(安全性に疑いのある商品等の立証要求等)

- 第15条** 知事は、事業者等が供給する商品または役務が消費者の健康を損ない、または消費者の身体もしくは財産に危害もしくは損害を及ぼす疑いがあると認定したときは、当該事業者等に対しその旨を通知し、期限を定めてその認否について回答を求めるものとする。
- 2 知事は、事業者等が前項の通知に対し、否認する旨の回答をしたとき、または定められた期限までに回答をしなかつたときは、当該事業者等に対し、当該商品または役務が安全であることを資料の提出その他の方法により立証するよう要求するものとする。
 - 3 知事は、事業者等が前項に規定する要求に応じない場合においてその理由がないと認定したとき、または事業者等が同項の規定により行つた立証によつては当該商品または役務が安全であることを十分に確認することができないと認定したときは、当該事業者等に対し、再度立証するよう要求するものとする。
 - 4 知事は、第1項または前項の規定による認定をしようとするときは、審議会の意見を聴かなければならない。
 - 5 知事は、第3項の規定による要求をしようとするときは、あらかじめ、当該事業者等に対しその旨を通知し、意見の聴取を行わなければならない。ただし、当該事業者等が正当な理由なく意見の聴取に応じないときは、意見の聴取を行わないで要求することができる。
 - 6 知事は、消費者の健康、身体または財産の安全を確保するため必要があると認めるときは、第1項および第3項の規定による認定の内容および立証の内容を県民に明らかにするものとする。

(危険な商品等の排除)

第16条 事業者等は、消費者に供給する商品または役務が危険な商品等であることが明らかになったときは、法令または他の条例に特別の定めがある場合を除き、直ちにその旨を知事に報告するとともに、当該危険な商品等の製造または供給の中止、回収その他危害または損害の拡大防止のために必要な措置および品質、機能等の改善その他安全の確保のために必要な措置を講じなければならない。

- 2 知事は、事業者等が供給する商品または役務が危険な商品等であると認定したときは、法令に定める措置をとる場合を除き、当該事業者等に対し、当該危険な商品等の製造または供給の中止、回収その他危害または損害の拡大防止のために必要な措置および品質、機能等の改善その他安全の確保のために必要な措置をとるべきことを指示するものとする。
- 3 知事は、前項の規定による認定および指示をしようとするときは、審議会の意見を聴かなければならない。ただし、事業者等が前条第1項の規定による通知に対し、是認する旨の回答をしたときは、この限りでない。
- 4 事業者等は、第1項の規定により自ら講じた措置およびその結果ならびに第2項の規定による知事の指示に基づいて講じた措置およびその結果について、速やかに知事に報告しなければならない。
- 5 知事は、消費者の健康、身体または財産の安全を確保するため必要があると認めるときは、第2項の規定による認定の内容を県民に明らかにするものとする。

第2節 取引等の適正化

(規格の適正化)

第17条 事業者等は、規格を定めることにより消費者の利益の擁護および増進に寄与すると認められる商品または役務について、適正な規格を定めるよう努めなければならない。

- 2 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、特に必要と認める商品または役務について規則で規格を定めることができる。

(計量の適正化)

第18条 事業者等は、商品の供給に当たり消費者が不利益を被ることのないよう、量目の明示および適正な計量の確保に努めなければならない。

- 2 事業者等で規則で定めるものは、消費者の利用に供するための計量器を設置しなければならない。
(広告その他の表示の適正化)

第19条 事業者等は、消費者が商品の購入もしくは使用または役務の利用に際し適切な選択等を誤ることがないように、事業者の供給する商品または役務の品質、規格その他の内容および価格その他の取引条件（以下「内容等」という。）について適正な広告その他の表示を行うよう努めなければならない。

- 2 事業者等は、前項の広告その他の表示に関し必要な基準を定めるよう努めなければならない。
- 3 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、特に必要と認める商品または役務について、規則で、第1項の広告その他の表示に関し必要な基準を定めることができる。

（不当な広告その他の表示の禁止）

第20条 事業者等は、事業者の供給する商品および役務の内容等について、虚偽もしくは誇大なまたは消費者に誤認を与えるような表示を行ってはならない。

（包装の適正化）

第21条 事業者等は、その供給する商品について消費者に誤認を与え、または内容物の保護もしくは品質の保全に必要な限度を超える包装を行わないよう努めるとともに、包装に関し必要な基準を定めるよう努めなければならない。

- 2 知事は、特に必要があると認めるときは、規則で包装に関し必要な基準を定めることができる。

第22条 削除

（不当な取引行為の禁止）

第23条 事業者等は、消費者との間で行う商品または役務の取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為で規則で定めるものを行ってはならない。

- （1）消費者に対し、不実のことを告げ、誤信を招く情報を提供し、威迫し、心理的に不安な状態に陥れ、執ように説得する等の不当な方法で、契約の締結を勧誘し、または契約を締結させる行為
- （2）消費者に対し、著しく不利益をもたらす不当な内容の契約を締結させる行為
- （3）消費者に対し、契約（契約の成立について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を不当に強要し、または契約に基づく債務の履行を拒否し、もしくは正当な理由なく遅延させる行為
- （4）消費者に対し、消費者の正当な根拠に基づく契約の解除、取消し等を妨げ、または解除、

取消し等によつて生ずる債務の履行を拒否し、もしくは正当な理由なく遅延させる行為

- （5）消費者に対し、商品もしくは役務の販売等をする事業者またはその取次店等実質的に販売等をする事業者からの商品または役務の購入等を条件または原因として信用の供与をする契約または保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、もしくは締結させ、または消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を強要する行為

（アフターサービスの適正化）

第24条 事業者等は、商品の供給後、消費者から当該商品の修理、交換等の要求があつた場合において、その要求に正当な理由があるときは、これに応じるよう努めなければならない。

- 2 事業者等は、その供給した商品で消費者自らが廃棄することが困難なものについては、これを回収し、適正に処理するよう努めなければならない。

（基準等の設定等の手続）

第25条 知事は、第17条第2項に規定する規格、第18条第2項に規定する事業者等、第19条第3項に規定する広告その他の表示に関する基準、第21条第2項に規定する包装に関する基準ならびに第23条に規定する行為を定め、変更し、または廃止しようとするときは、審議会の意見を聴かなければならない。

（基準等の適合義務）

第26条 事業者等は、消費者に対し、第17条第2項に規定する規格、第19条第3項に規定する広告その他の表示に関する基準および第21条第2項に規定する包装に関する基準に適合しない商品または役務を供給してはならない。

- 2 知事は、事業者等が次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、当該事業者等に対し、その改善のために必要な措置を執るべきことを指示することができる。

- （1）第18条第2項の規定に違反して計量器を設置しないとき。
- （2）第20条の規定に違反して広告その他の表示を行つたとき。
- （3）第23条の規定に違反して取引を行つたとき。
- （4）前項の規定に違反して消費者に商品または役務を提供したとき。

3 事業者等は、前項の規定による知事の指示に基づいて講じた措置およびその結果について、速やかに知事に報告しなければならない。

4 知事は、事業者等が第2項各号のいずれかに該当する場合であつて、その被害の発生および拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該事業者等の住所および氏名または名称、その行為の方法および内容その他の必要な情報を県民に明らかにするものとする。

(不当な取引行為等に関する調査)

第26条の2 知事は、事業者等が前条第2項各号のいずれかに該当する疑いがあると認めるときは、その実態等について必要な調査を行うものとする。

(合理的な根拠を示す資料の提出)

第26条の3 知事は、第20条に規定する広告その他の表示に該当するか否か、または第23条第1号に規定する不実のことを告げる行為をしたか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該事業者等に対し、期間を定めて、当該広告その他の表示または告げた事項の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者等が当該資料を提出しないときは、第26条第2項の規定の適用については、当該事業者等は第20条に規定する広告その他の表示を行い、または第23条第1号に規定する不実のことを告げる行為をしたものとみなす。

第3節 消費者啓発等

(消費者啓発の推進)

第27条 知事は、消費者が的確な価値判断能力および適正な選択能力を有し、自ら消費生活の安定および向上を図ることができるよう、あらゆる機会を通じて、消費生活に関する知識の普及、情報の提供等教育啓発活動を推進するとともに、消費者が学習するための環境条件を整備するよう努めるものとする。

(消費者等の組織化の促進等)

第28条 知事は、消費生活の安定および向上を図るため、健全かつ自主的な消費者等の組織化が促進され、およびその活動が推進されるよう必要な支援を行うものとする。

(消費生活に関する協定の指導)

第29条 知事は、消費生活の安定および向上を図る目的をもって、自主的に消費者等と事業者等との間に協定が締結されようとする場合において、当事者のいずれかから申出があるときは、必要な限

度において指導するものとする。

第4章 消費者被害の救済

第1節 消費者苦情の処理

(苦情等の処理)

第30条 事業者等は、商品または役務の供給その他事業者等と消費者との取引に関して生じた消費者の苦情または相談（以下「苦情等」という。）に誠意をもつて応じ、これを適切かつ迅速に処理しなければならない。

2 知事は、消費者から苦情等の申出があつたときは、速やかにその原因、内容等を調査し、当該苦情等を解決するために必要があると認めるときは、あつせん等必要な措置を講ずるものとする。

3 知事は、前項の規定による措置を講ずるために必要があると認めるときは、事業者等または関係者から関係資料を提出させ、または必要な事項の報告もしくは説明を求めることができる。

(苦情等の処理体制の整備)

第31条 事業者等で規則で定めるものは、規則で定めるところにより、苦情等の受付および処理をするために必要な体制（以下「苦情処理体制」という。）を整備しなければならない。

2 知事は、事業者等が前項の規定に違反して苦情処理体制を整備しないときは、当該事業者等から必要な事項について説明を求めるとともに、当該事業者等に対し、苦情処理体制の整備に関し必要な措置をとるべきことを指示することができる。

3 知事は、苦情等の適切かつ迅速な解決を図るため、必要な苦情処理体制を整備するものとする。

(消費生活相談員の設置)

第32条 削除

(市町等への助言等)

第33条 知事は、市町その他の団体が実施する苦情等の受付およびその処理が適正に行われるよう、必要な助言、情報の提供等を行うものとする。

(審議会のあつせん、調停)

第34条 知事は、第30条第2項の規定によるあつせんその他の措置によっては当該苦情等を解決することが困難であると認めるとき、または当該苦情等の解決に専門的、技術的な判断、知識等を必要とするときは、審議会に対し、あつせんまたは調停を求めることができる。

2 審議会は、あつせんまたは調停のために必要があると認めるときは、当該苦情等に係る事業者等、

消費者等その他の関係者の出席を求め、その意見を聴き、または関係資料等の提出を求めることができる。

- 3 審議会は、必要があると認めるときは、当該苦情等の解決に関し調停案を作成し、当事者に対し、その受諾を勧告することができる。
- 4 前項の規定により調停案の受諾について勧告を受けた当事者は、その勧告のとき提示された期日までに、諾否を審議会に回答しなければならない。
(苦情等の公表)

第35条 知事は、苦情等について県民に広く周知させる必要があると認めるときは、審議会の意見を聴いて、当該事業者名、苦情等の原因およびその内容その他必要な事項を公表することができる。

第2節 訴訟の援助 (訴訟資金の貸付等)

第36条 知事は、商品または役務の供給その他の事業者等との取引によって被害を受けた消費者が、当該事業者等を相手方として訴訟を提起する場合または当該事業者等から訴訟を提起された場合において、当該訴訟が次に掲げる要件のすべてを満たし、かつ、審議会において適当であると認めるときは、当該消費者に対し、当該訴訟に要する費用の資金の貸付けその他の当該訴訟を遂行するために必要な援助を行うことができる。

- (1) 審議会による調停によっても解決されない苦情等であること。
- (2) 同一または同種の被害が相当数発生し、または発生するおそれがあること。
- (3) 1件当たりの被害額が規則で定める額以下の被害に係るものであること。

(貸付金の返還等)

第37条 前条の規定により資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、当該資金を県に返還しなければならない。ただし、知事が特に必要があると認めるときは、規則で定めるところにより、当該資金の全部または一部の返還を免除し、または猶予することができる。

第4章の2 消費生活センターの組織および運営 (法第10条の2第1項の条例で定める事項)

第37条の2 法第10条の2第1項の条例で定める事項は、次条から第37条の7までに定めるところによる。

(名称および所在地等の告示)

第37条の3 知事は、消費生活センターの名称および所在地ならびに法第10条の3第2項に規定する消費生活相談の事務を行う日および時間を告示するものとする。これらを変更したときも、同様とする。

(職員の配置等)

第37条の4 消費生活センターに、所長、消費生活相談員その他所要の職員を置く。

- 2 前項の消費生活相談員は、第30条第2項に規定する業務その他の消費生活に関する必要な業務を行うものとする。
- 3 第1項の消費生活相談員は、法第10条の3第1項の消費生活相談員資格試験に合格した者(不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律(平成26年法律第71号)附則第3条の規定により当該消費生活相談員資格試験に合格した者とみなされる者を含む。)またはこれと同等以上の専門的な知識および技術を有すると知事が認める者でなければならない。

(消費生活相談員の人材および処遇の確保)

第37条の5 知事は、任期を定めて消費生活相談員を任用する場合には、任期ごとに客観的な能力実証を行った結果として同一の者を再任することができることその他の消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材および処遇の確保に必要な措置を講ずるものとする。

(研修の機会の確保)

第37条の6 知事は、消費生活センターの職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するものとする。

(情報の安全性の確保)

第37条の7 知事は、法第8条第1項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失または毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講ずるものとする。

第5章 生活必需物資の需給の確保および 価格の安定

(流通機構の整備の促進)

第38条 知事は、県民の日常生活に必要な物資(以下「生活必需物資」という。)の円滑な流通を図るため、事業者等が行う流通機構の整備について指導および援助に努めるものとする。

(情報の収集および提供)

第39条 知事は、生活必需物資について、必要に

じてその価格および需給の動向ならびに流通の実態について調査し、これを県民に周知させるよう努めるものとする。

- 2 事業者等は、前項に規定する調査に協力しなければならない。

(事業者等に対する協力要請)

第40条 知事は、前条に規定する調査の結果、生活必需物資の価格および需給の実態が適正を欠くおそれがあると認めるときは、その原因等を究明し、必要があるときは、当該生活必需物資の価格の安定および供給の確保について、事業者等に協力を求めるものとする。

(重要物資の指定)

第41条 知事は、生活必需物資が不足し、もしくはその価格が著しく高騰し、またはそのおそれがあり、県民生活に重大な影響を及ぼすと認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、その価格の安定および供給の確保を図る必要がある物資を重要物資として指定するものとする。

- 2 知事は、前項の規定により重要物資を指定したとき、またはこれを解除したときは、速やかにその旨を告示するものとする。

(重要物資の監視)

第42条 知事は、重要物資の価格および需給の動向を監視するものとする。

(重要物資の調査)

第43条 知事は、事業者等が重要物資の円滑な流通を不当に妨げ、または適正な利得を著しく超える価格で重要物資を販売している疑いがあると認めるときは、当該事業者等に対して、当該重要物資の在庫量、原価等について調査することができる。

(勧告)

第44条 知事は、前条の規定による調査の結果、重要物資の価格の安定および円滑な供給を妨げる原因が事業者等にあると認めるときは、当該事業者等に対し、当該重要物資の価格の安定または円滑な供給について必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

第6章 補則

(試験、検査の実施等)

第45条 知事は、消費生活の安定および向上に資するため、必要があると認めるときは、商品または役務について試験、検査等を行うとともに、必要に応じてその結果について県民に情報を提供する

ものとする。

(立入調査等)

第46条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、第15条第1項もしくは第3項の規定による認定、第16条第1項の規定による措置の実施状況の調査、同条第2項、第26条第2項もしくは第31条第2項の規定による指示の遵守状況の調査または第26条の2、第43条もしくは第48条第3項の規定による調査のため必要があると認めるときは、当該事業者等に対し、報告もしくは関係資料の提出を求め、またはその職員に、その事務所、営業所その他の事業所に立ち入らせ、必要な帳簿、書類その他の物件を調査させ、もしくは関係者に質問させることができる。

- 2 前項の規定により立入調査をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人の請求があつたときは、これを提示しなければならない。

- 3 第1項の規定による立入調査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解してはならない。

(国等への措置要請)

第47条 知事は、この条例の目的を達成するために必要があると認めるときは、国および関係地方公共団体ならびに県外事業者等に対して、適切な措置をとるよう要請し、または協力を求めるものとする。

(知事への申出)

第48条 何人も、事業者等がこの条例の定めを遵守していないため、または県がこの条例に定める措置をとっていないため消費者の利益が害され、または害されるおそれがあるときは、知事に対し、その旨を申し出て、適切な措置をとるべきことを求めることができる。

- 2 前項の申出は、次に掲げる事項を記載した申出書を提出してしなければならない。

(1) 申出をする者の氏名または名称および住所または居所

(2) 求める措置の内容およびその根拠となる条項

(3) 当該措置をとるべきであると思料する理由

(4) その他参考となる事項

- 3 知事は、前項の規定による申出があつたときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づいて適切な措置をとらなければならない。

(公表)

第49条 知事は、事業者等が次の各号のいずれかに該当し、かつ、事業者等に正当な理由がないと認めるときは、事業者等の氏名または名称、当該事実その他必要な事項を公表することができる。

- (1) 第15条第2項もしくは第3項の規定による立証を虚偽の資料もしくは方法により行つたとき、または同条第3項の規定による要求に応じないとき。
- (2) 第16条第2項、第26条第2項または第31条第2項の規定による指示に従わないとき。
- (3) 第16条第4項、第26条第3項または第30条第3項の規定による報告をせず、または虚偽の報告をしたとき。
- (4) 第30条第3項または第46条第1項の規定による関係資料の提出をせず、または虚偽の関係資料を提出をしたとき。
- (5) 第34条第2項の規定による審議会への出席をせず、または同項の規定による関係資料等の提出をせず、もしくは虚偽の関係資料等の提出をしたとき。
- (6) 第34条第4項の規定による諾否の回答をしなかつたとき。
- (7) 第44条の規定による勧告に従わないとき。
- (8) 第46条第1項の規定による立入調査を拒み、妨げ、または忌避したとき。

(適用除外)

第50条 第3章第1節の規定は、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(昭和35年法律第145号)第2条第1項に規定する医薬品および同条第9項に規定する再生医療等製品については、適用しない。

2 第3章第1節および第2節、第4章ならびに第5章の規定は、次に掲げるものについては、適用しない。

- (1) 医師、歯科医師その他これらに準ずる者により行われる診療行為およびこれに準ずる行為
- (2) 法令により、またはこれに基づいて規制されている商品または役務の価格

(規則への委任)

第51条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

付則以下 省略

策定経緯

写

滋 県 活 生 第 4 0 0 号
令和2年(2020年)9月10日

滋賀県消費生活審議会
会長 東 珠 実 様

滋賀県知事 三日月 大造

滋賀県消費者基本計画の改定について (諮問)

滋賀県消費生活条例(昭和50年滋賀県条例第43号)第7条の2の規定に基づき、滋賀県消費者基本計画の改定に当たって、貴審議会の意見を求めます。

(諮問の趣旨)

本県においては、消費生活の安全と向上を図るため、平成17年度に滋賀県消費生活条例を改正し、平成18年度に「滋賀県消費者基本計画」を策定しました。その後、第2次計画(平成23年度～平成27年度)、第3次計画(平成28年度～令和2年度)と改定し、消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきました。なお、第3次計画からは、消費者教育の推進に関する法律第10条に規定される「滋賀県消費者教育推進計画」としても位置づけています。

前回の改定後、高齢化の一層の進行に伴う高齢者の消費生活相談件数の増加、高度情報通信社会の進展や経済のグローバル化などにより、消費者トラブルは複雑・多様化が進み、消費生活をめぐる状況は大きく変化しています。

さらに、平成30年6月に成立した「民法の一部を改正する法律」により、令和4年4月には成年年齢が18歳に引き下げられるため、18歳、19歳の若者が契約主体となり積極的な社会参加が促される一方で、未成年者保護の対象から外れることとなります。このため、若年者の消費者教育の充実が喫緊の課題となっています。

また、平成27年9月に「誰一人取り残さない」社会の実現に向け「持続可能な開発目標(SDGs)」が国連において採択され、消費者には自らの行動が社会に影響を与えることの認識や、持続可能な消費の実践が求められています。

現計画は令和2年度を終期としていることから、こうした消費者を取り巻く環境の変化等を踏まえ、県が令和3年度からの新たな計画を策定するため、意見を求めるものです。

写

滋 県 生 審 第 1 号
令和3年(2021年)2月18日

滋賀県知事 三日月 大造 様

滋賀県消費生活審議会
会長 東 珠 実

滋賀県消費者基本計画の改定について (答申)

令和2年(2020年)9月10日付け滋県活生第400号で諮問のありました滋賀県消費者基本計画の改定について、当審議会では審議の結果を別添のとおり取りまとめましたので答申します。

つきましては、この答申を基にして消費者基本計画を改定され、時代にふさわしい消費者施策を総合的かつ計画的に推進されることを期待します。

○計画の検討経過

令和2年(2020年)	
6月 8日	第61回滋賀県消費生活審議会(第3次計画総括の審議)
9月10日	第62回滋賀県消費生活審議会(第3次計画最終総括、諮問、計画骨子案の審議)
10月 5日	滋賀県議会総務・企画常任委員会(計画改定について)
11月 6日	第63回滋賀県消費生活審議会(計画素案の審議)
12月15日	滋賀県議会総務・企画常任委員会(計画改定について)
令和3年(2021年)	
1月29日	第64回滋賀県消費生活審議会(答申案の審議)
2月18日	答申
3月19日	県民政策コメント(パブリックコメント)の実施(~4月18日)
7月12日	滋賀県議会総務・企画・公室常任委員会(第4次計画案について)

滋賀県消費生活審議会委員名簿

区分	氏名	所属機関名等
消費者	市村 あつ	特定非営利活動法人 消費者ネット・しが副理事長
	井上 多佳子	滋賀県地域女性団体連合会副会長
	岡田 啓子	滋賀県生活協同組合連合会専門委員
	香田 雅子	公募委員 ※令和2年7月31日まで
	林 吾一	公募委員 ※令和2年7月31日まで
	穎川 尚子	公募委員 ※令和2年8月1日から
	丸山 高信	公募委員 ※令和2年8月1日から
事業者	岡澤 則子	滋賀県商工会議所女性会連合会会長 ※令和2年7月31日まで
	田中 ひろ子	滋賀県商工会議所女性会連合会副会長 ※令和2年8月1日から
	寺井 純子	滋賀県商工会女性部連合会副会長
	佐々木 裕	日本チェーンストア協会関西支部参与 ※令和3年2月16日まで
	小椋 秀男	日本チェーンストア協会関西支部参与 ※令和3年3月2日から
学識経験者	東 珠実	椋山女学園大学現代マネジメント学部教授（会長）
	有村 国知	滋賀県町村会（愛荘町長）
	瀬領 真悟	同志社大学法学部教授（副会長） ※令和2年7月31日まで
	宮井 雅明	立命館大学法学部教授 ※令和2年8月1日から
	宮本 和宏	滋賀県市長会（守山市長） ※令和3年6月10日まで
	栢木 進	滋賀県市長会（野洲市長） ※令和3年6月28日から
	山本 隆司	立命館大学政策科学部教授 ※令和2年7月31日まで
	木村 和成	立命館大学法学部教授 ※令和2年8月1日から
	若林 三奈	龍谷大学法学部教授（副会長）
	和合 佐登恵	弁護士

消費生活相談の状況

県および市町の消費生活相談窓口で令和元年度に受け付けた消費生活相談の概要を取りまとめたものです。

特徴

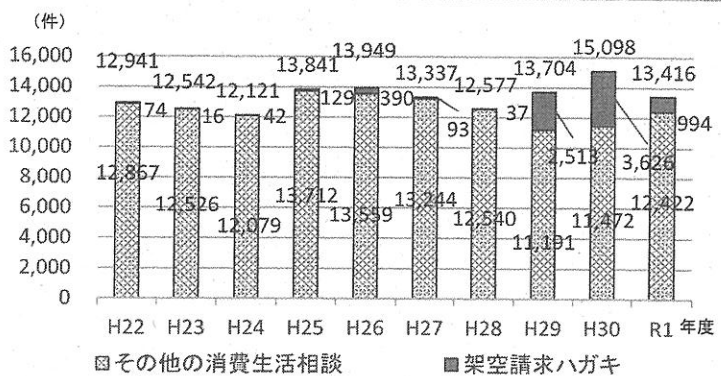
- 高齢者の相談は引き続き高水準で推移
- 若者の消費生活トラブルが増加
- 定期購入に関する相談が急増、過去最多
- 「モノなしマルチ商法」に関する相談が増加
- 新型コロナウイルスの影響による消費者トラブルの増加

I 総括

1 相談件数

令和元年度の滋賀県内の消費生活相談受付件数は13,416件で、前年度比で11.1%減少しました。平成30年度に3,626件と相談件数の約4分の1を占めていた「架空請求ハガキ」の相談が、令和元年度は994件、前年度比72.6%減となったことが主な要因です。「架空請求ハガキ」を除いた相談件数は12,422件で、前年度比8.3%増となっています【図表1】。

【図表1】 県内相談窓口に寄せられた相談件数の推移



2 年齢別相談件数の割合

相談件数を契約者の年齢別に見ると、70歳代が17.2%と最も多く、次いで60歳代(14.0%)、50歳代(13.7%)、40歳代(12.9%)と続きます【図表2】。

3 商品・サービス別相談状況

商品・サービス別では、インターネット情報サービスが最多となりました。サイト閲覧中に有料の認識がないままタップしたところ高額料金を請求されたという相談や、未成年者がオンラインゲームで高額な課金をしていたという相談等がみられます。また、定期購入トラブルの増加に伴い、健康食品に関する相談は前年度比約1.7倍、化粧品に関する相談は前年度比約1.8倍と大幅に増加しています【図表3】。

【図表2】年齢別相談件数の割合

年齢層	相談割合
80歳以上	9.0%
70歳代	17.2%
60歳代	14.0%
50歳代	13.7%
40歳代	12.9%
30歳代	8.5%
20歳代	7.6%
20歳未満	2.8%
不明	14.3%

【図表3】商品・サービス別相談状況

順位	令和元年度		30年度
	商品・役務名	件数	件数
1	インターネット情報サービス	1,224	1,308
2	架空請求ハガキ	994	3,626
3	健康食品	599	348
4	フリーローン・サラ金	440	386
5	化粧品	380	210
6	光回線・プロバイダ関連サービス	362	406
7	工事・建築	332	340
7	賃貸住宅	332	321
9	移動通信サービス	255	194
10	自動車	247	231

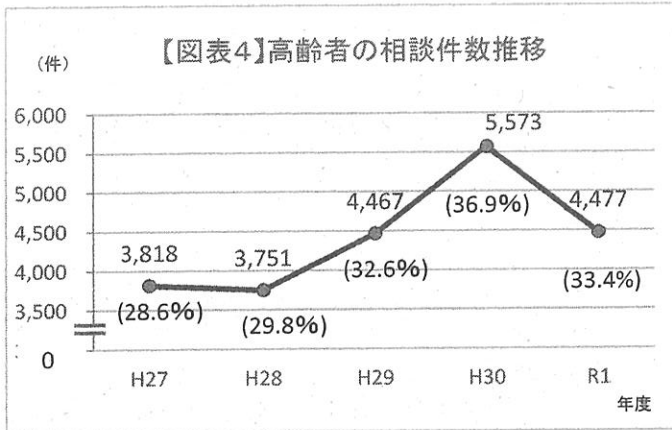
※インターネット情報サービス: アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲームなどインターネットを通じて得られる情報・サービスのこと

Ⅱ 特徴的な相談内容

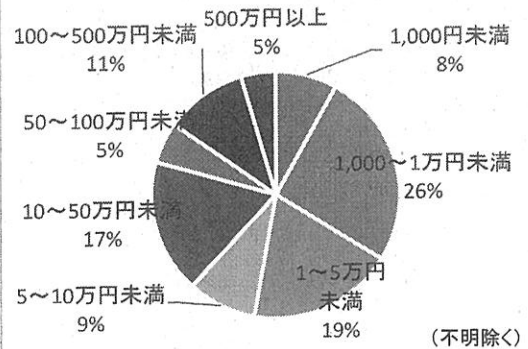
1 高齢者の消費生活相談件数と割合

高齢者(65歳以上)の相談件数は4,477件で、昨年度から1,096件減少し、平成29年度と同程度となりました。しかし全相談に占める高齢者の割合は33.4%で全体の3分の1となり、引き続き高水準で推移しています【図表4】。

高齢者が実際に支払った金額の平均(平均既支払額)は、10万円以上が約4割を占め、特に100万円以上の高額な相談では建築関係や生命保険関係、ファンド型投資商品の相談等が目立ちました【図表5】。



【図表5】高齢者の既支払額の割合



【事例】

無料で浄水器の点検を行うと電話があり、契約している業者だと思い了承した。業者が来て、点検後に「水がサビだらけなので買い替えたほうが良い」と強引に新しい浄水器を売りつけられた。高額なため解約したい。

センターからの助言

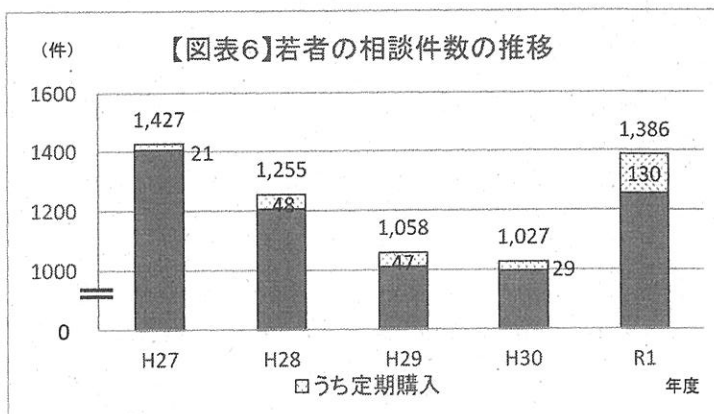
点検後のセールスを目的として、無料点検を装う業者がいます。無料だからといって安易に依頼せず、家族や周囲の人に相談しましょう。まず、契約している業者に確認し、知らない業者が来訪しても安易に家に入れないうでください。必要なければ勧誘されてもきっぱり断ること、不安を煽るようなことを言われても鵜呑みにしないことも大切です。

契約してしまった後でもクーリング・オフできる場合があるので、消費生活センターに相談しましょう。

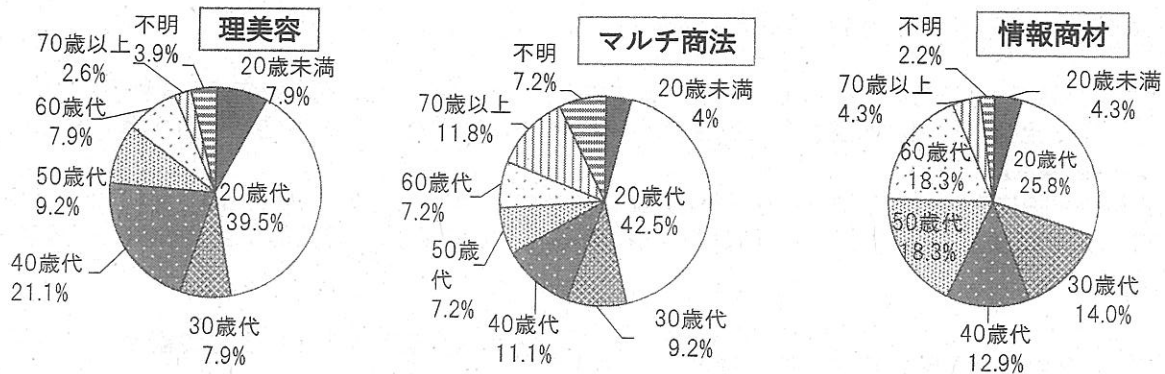
2 若者の消費生活トラブルが増加

若者(29歳以下)の相談件数は1,386件で(全体の10.3%)で、前年度と比較して35%増加しました。大きな要因の一つとして、定期購入に関する相談が急増したことが挙げられます【図表6】。

また、高額な契約に繋がる理美容や、大きな被害を受けることのあるマルチ商法、情報商材に関する相談でも若者からの相談が高い割合を示しています【図表7】。

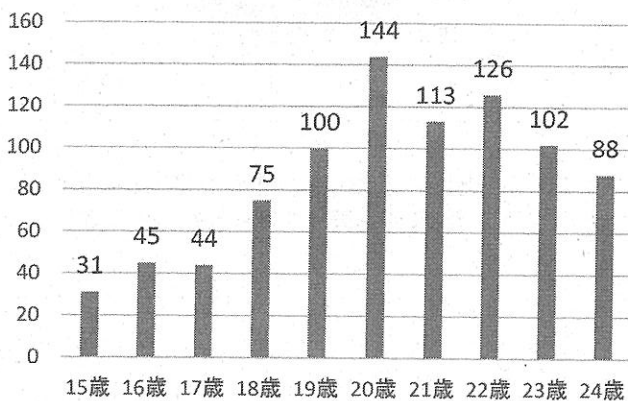


【図表7】若者に多い相談の年齢別割合



※理美容：理髪店、美容院、エステ等で行うサービス。医師でない人が行う植毛・育毛、ネイルアートなども含む。
 ※マルチ商法：商品・サービスを契約して、次は自分がその組織の勧誘者となって紹介料報酬等を得る商法。人を紹介することで組織が拡大していくのが特徴。
 ※情報商材：インターネットの通信販売等で、副業、投資やギャンブル等で高額収入を得るためのノウハウ等と称して販売されている情報のこと。

【図表8】若者の年齢別相談件数



15～24歳の年齢別相談件数をみると、20歳が144件で最多となっています【図表8】。

民法の未成年取消権が適用されなくなる20歳の若者を狙ったトラブルも多く、19歳から20歳になったとたんに相談件数が大幅に増加しています。

若者の場合、トラブルに遭ってもどこに相談したらよいかわからない等で問題が顕在化しにくい傾向にあります。令和4年4月に民法改正により成年年齢が引き下げられることで、社会的経験の浅い若者が成年となり、さらにトラブルが拡大することが懸念されます。

【事例】

SNSに見知らぬ大学生から「月100万円以上稼ぐ方法を教える」とメッセージが届いた。呼び出されたカフェで、「簡単な作業で副業にぴったり」と情報商材(高額収入を得るためのノウハウ)の購入を勧誘された。「すぐに返済できる」と言い、契約金額の50万円は消費者金融で借金して支払うように言われた。契約後、指示された作業を何時間しても全く収入にならない。

センターからの助言

「情報商材」は「簡単に高額収入を得る方法」を強調されますが、楽しく簡単にもうかるような話はありません。

情報商材は契約前に中身を確認することができないため、怪しいと思ったら連絡しないようにしてください。少しでも疑問があればすぐに契約せず、業者の連絡先等も必ず確認しておくことが重要です。

相手の言うことを鵜呑みにせず、クレジットカードの高額決済や借金をしてまで契約しないようにしましょう。なお、情報商材をクレジットカードで契約した場合でトラブルが生じた際は、直ちにカード会社に連絡をして事情を説明しましょう。

3 定期購入に関する相談が急増、過去最多

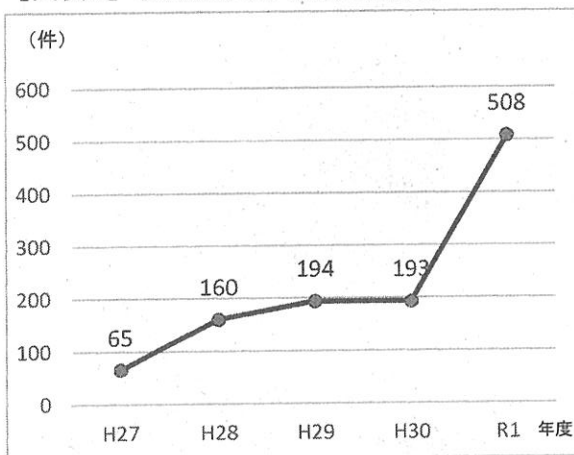
1回限りのお試しのつもりで注文したら、複数回の購入が条件だったという「定期購入」に関する相談件数は、若者を中心に全年齢層で急増して508件となり、前年度から約2.6倍に増加し、過去最多となりました【図表9】。

商品の内訳は、「健康食品」322件(63.4%)と「化粧品」が186件(36.6%)となっています。

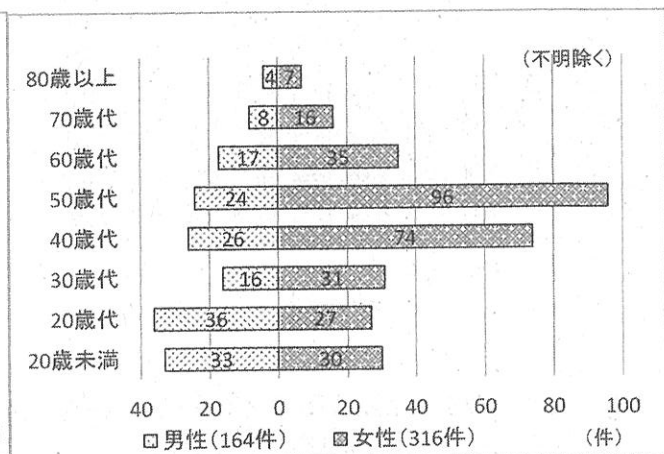
契約者の年代別でみると、50歳代が120件(23.6%)と最も多く、次いで40歳代100件(19.7%)となっています。一方で、若者の相談も目立ち、20歳代が63件(12.4%)、20歳未満の相談も63件(12.4%)寄せられており、美容に関心を持ち始める年代である中高生からの相談も多くみられます。

性別でみると女性が316件で6割以上を占めていますが、20歳代、20歳未満では女性より男性の割合がやや多くなっています【図表10】。これらの若い男性層では、「脱毛剤」「化粧品」「美容に関する健康食品」などの相談が多くみられました。

【図表9】 定期購入の相談件数推移



【図表10】定期購入の契約当事者の性別・年代別件数



すべての年齢層で増加している定期購入に関する相談ですが、特に29歳以下の若年層の増加が目立つ理由として、SNSの普及が大きく影響していると考えられます。手軽に購入ができるため、SNSや動画投稿サイトの広告から誘引されて、「お試し」のつもりで申し込み、定期購入のトラブルに遭うケースが多くあります。

【事例】

SNSの「お試し価格300円」という広告を見て、ダイエットサプリを注文した。商品が届いた10日後にまた同じ商品が届き、4万円の請求書が入っていた。業者に問い合わせると「定期購入で申し込んでいる。2回目まで買わないと解約できない」と言われた。

センターからの助言

これらの広告は初回無料や通常よりも非常に安い価格で表示されていて、消費者が1回限りであると誤解して購入するケースが目立ちます。特にスマホの小さい画面では、定期購入であることや解約条件がわかりにくいケースがあります。

- 注文前に、「定期購入が条件になっていないか」「支払う総額はいくらか」など契約内容をしっかり確認しましょう。
- 通信販売はクーリング・オフ制度がありませんので、解約や返品ができるか確認しておきましょう。健康食品や化粧品は、使用してみると身体に合わない場合や、期待している効果が得られない場合もあるので注意が必要です。
- 注文画面を印刷やスクリーンショットで保存しておきましょう。
- 未成年者が契約した場合など契約を取り消しできる場合もありますので、トラブルになった場合は、消費生活センターに相談しましょう。

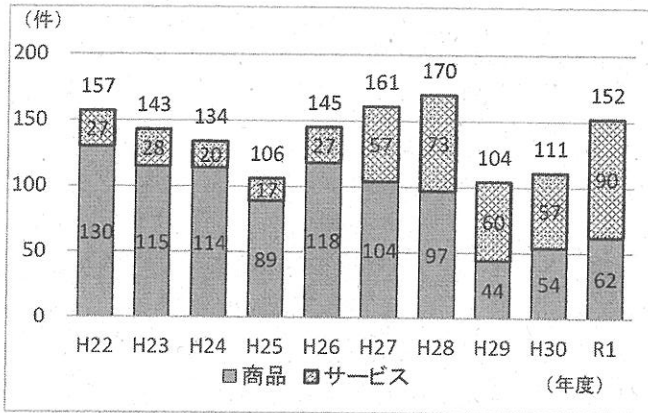
4 「モノなしマルチ商法」に関する相談が増加

マルチ商法に関する相談件数は、前年度と比較して36.9%増加しました。

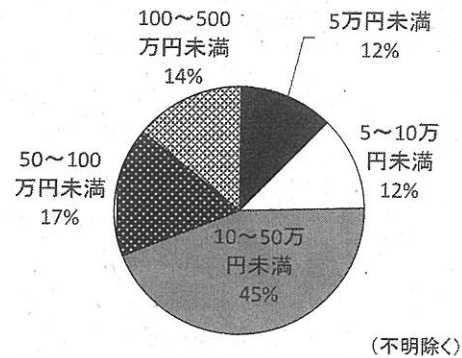
マルチ商法に関する相談の内訳をみると、かつては健康食品や化粧品などの「商品」を扱うケースが主でしたが、近年は、ファンド型投資商品や副業などの「サービス」を扱うマルチ商法、いわゆる「モノなしマルチ商法」が増えています。平成22年度にはマルチ商法全体の2割にも満たなかった「モノなしマルチ商法」が、令和元年度には全体の6割にまで拡大しました【図表11】。

「モノなしマルチ商法」は、消費者の交友関係を利用してファンド型投資商品や副業などを持ち掛ける商法で、若者を中心に相談が増えています。

【図表11】 マルチ商法に関する相談件数の推移



【図表12】 マルチ商法の契約購入金額別割合



マルチ商法に関する相談の契約購入金額別割合をみると、10万円以上50万円未満が45%と最多で、中でもアフィリエイトなどの「内職・副業」、格安の海外旅行や各種福利厚生などの「複合サービス会員権」に関する相談が目立ちました。

100万円以上の契約では仮想通貨の購入や、海外事業への投資といった「ファンド型投資商品」に関する相談が寄せられています【図表12】。

※アフィリエイトとは、ホームページやブログに商品やサービスの広告記事を掲載して収入を得る仕組みの一種。広告記事を見た人が所定の条件でその商品やサービスを購入し売り上げがあると、その一部が収入になる。

【事例】

高校時代の部活の先輩から、もうかる良い話があるとファミレスに呼び出された。そこには別の人物もいて、その人物から説明を受けた。「会員になると日常生活のさまざまな困りごとを解決するアプリが使える。さらに知人にそのアプリを紹介し、紹介した人が会員になれば紹介料が得られる」というものだった。熱心に勧めるので断り切れず、3口30万円をクレジットカードで決済し契約してしまった。よく考えるとアプリの実態やサービスの内容がよくわからない。友人を勧誘することも苦痛なので解約したい。

センターからの助言

「モノなしマルチ商法」は、もうかることばかりが強調されますが、仕組みや契約内容がよくわからないという特徴がみられます。「お金がない」と断ろうとしても、「すぐ元が取れる」などと言ってクレジットカードで支払われたり、消費者金融で借金をさせられたりすることもあります。

簡単に稼げるような話はありません。トラブルに遭わないためにも実態や仕組みがわからない契約はしないようにしましょう。友人や知人からの紹介で断りにくくても、きっぱりと断ることが大切です。万が一、契約してしまった場合でも、クーリング・オフや中途解約ができる場合がありますので、消費生活センターに相談しましょう。

滋賀県における新型コロナウイルス関連の消費生活相談の概要(令和2年1月～10月)

1 相談件数の推移と相談者の性別・年齢

令和2年1月～10月の滋賀県内の消費生活相談件数は、対前年比約6%増の11,330件でした。その内、新型コロナウイルス関連の消費生活相談件数は1,082件で、全相談件数の約1割を占めており、月別では4月をピークに5月以降は減少しています。(図1)

また、相談者の性別をみると、男性は392件、女性は463件でした。相談者の年齢は40歳代～70歳代が多くなっています。(図2)

図1 新型コロナ関連月別件数(令和2年)

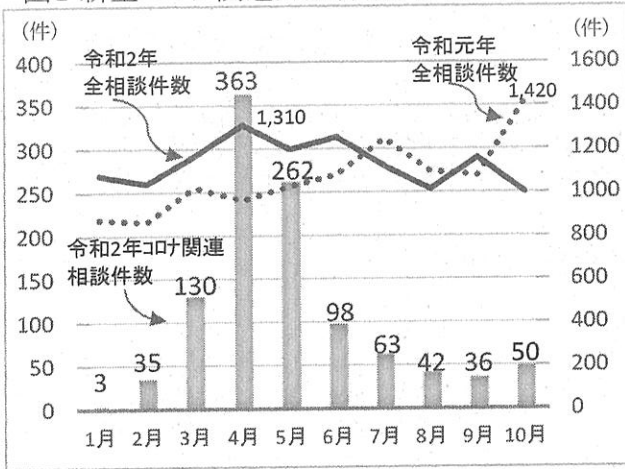
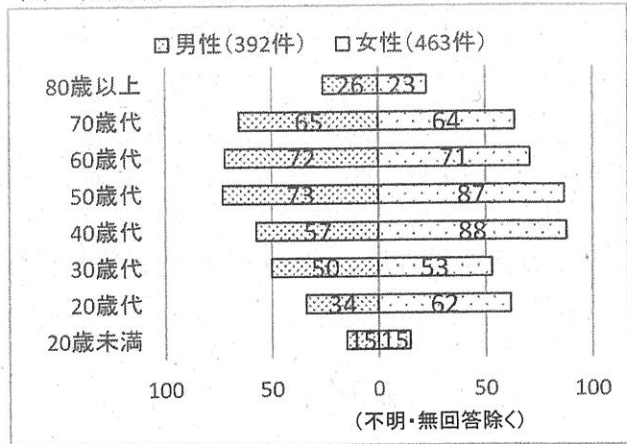


図2 相談者の性別・年代別件数(n=855)



R2.12.2日時点集計

2 商品(役務含む)別相談件数 図3 相談月別、商品(役務含む)別相談件数(上位5位)

商品(役務含む)別相談件数を見ると、各月ともマスク等の「保健衛生品その他」の相談が多くみられましたが、6月以降は大幅に減少しました。

2、3月には旅行や航空サービスのキャンセルの相談が多く寄せられ、旅行関連の相談が2割を超えました。

4月には、スポーツジムなどの解約や休会費、あるいは結婚式のキャンセル料などの相談が多く寄せられるようになりました。

2月		3月		4月	
商品・役務等	件数 割合(%)	商品・役務等	件数 割合(%)	商品・役務等	件数 割合(%)
保健衛生品その他	7 (20.0)	保健衛生品 その他	19 (14.6)	保健衛生品 その他	114 (31.4)
海外旅行	6 (17.1)	航空サービス	15 (11.5)	結婚式	14 (3.9)
航空サービス	4 (11.4)	ちり紙類	13 (10.0)	スポーツ施設利用	9 (2.5)
国内旅行	4 (11.4)	海外旅行	12 (9.2)	スポーツ・健康教室	9 (2.5)
結婚式	2 (5.7)	貸衣装	5 (3.9)	賃貸アパート/フリー ローン・サラ金	14 (3.9)
計	35 (100.0)	計	130 (100.0)	計	363 (100.0)
5月		6月		7月	
商品・役務等	件数 割合(%)	商品・役務等	件数 割合(%)	商品・役務等	件数 割合(%)
保健衛生品 その他	91 (25.1)	保健衛生品 その他	38 (10.5)	保健衛生品 その他	11 (3.0)
スポーツ・健康教室	10 (2.8)	結婚式	4 (1.1)	航空サービス	4 (1.1)
他の医療用具	8 (2.2)	消毒殺菌剤	4 (1.1)	コンサート	3 (0.8)
結婚式	8 (2.2)	賃貸アパート	3 (0.8)	スポーツ施設利 用/結婚式	2 (0.6)
消毒殺菌剤	7 (1.9)	航空サービス/ス ポーツ・健康教室	6 (1.7)		
計	262 (100.0)	計	98 (100.0)	計	63 (100.0)

3 相談事例とアドバイス

【事例1】注文した覚えのないマスクが届いた。

→注文した覚えのない商品は受け取らないようにしましょう。万が一受け取ってしまった場合は、14日間保管した後、処分することができます。

【事例2】 ネット通販で消毒液を注文したが届かない。

→外出自粛の影響でネット通販を利用する機会が増え、トラブルが急増しています。まずは通販サイトに配送状況をご確認ください。ただし、偽ショッピングサイトも確認されていますので、いつもと異なるサイトを利用する際は特にご注意ください。

【事例3】 旅行や航空券、スポーツジム、結婚式場などをキャンセル・退会したら解約料を請求された。

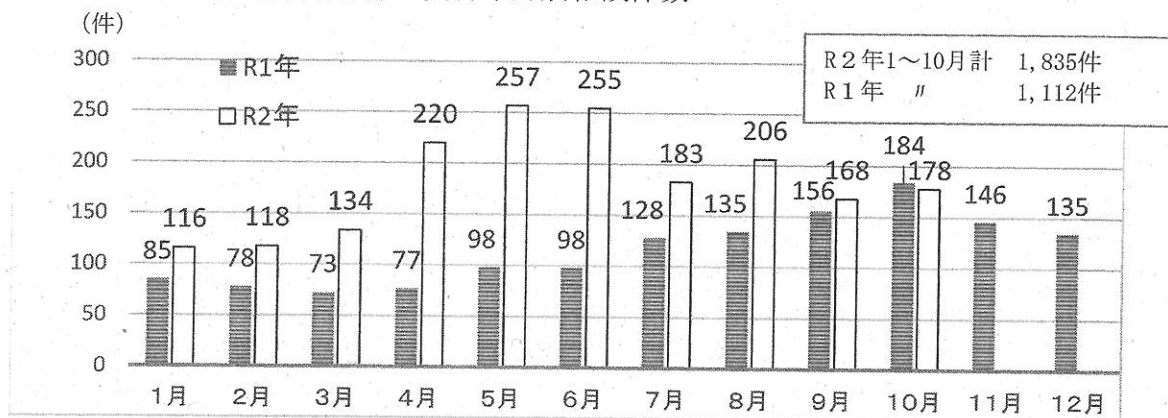
→通常は契約時の約款や規約に従いますが、当事者双方に帰責性のない「不可抗力」による履行不能の場合は、支払義務はないものとして契約の解消や変更が主張できます。しかし、実際には、キャンセルの申し出のタイミング等、ケース毎に帰責性の程度には差がありますので、解決に向けて、当事者どうしが話し合い、歩み寄ることが重要です。

【事例4】 学生時代の友人を通じて、簡単に儲けられると誘われ、持続化給付金の申請方法を教えられた。

→持続化給付金は事業者に対して支給されます。受給資格のない（事業を行っていない）サラリーマンや学生、無職の人が申請・受給することは詐欺行為にあたる考えられます。持続化給付金と知らずに誘いに乗った場合でも、罪に問われる可能性があるため、絶対に誘いに応じないようにしましょう。

4 外出自粛に伴い、インターネット通販に関する相談が増加

図4 インターネット通販(物品)の受付年月別相談件数

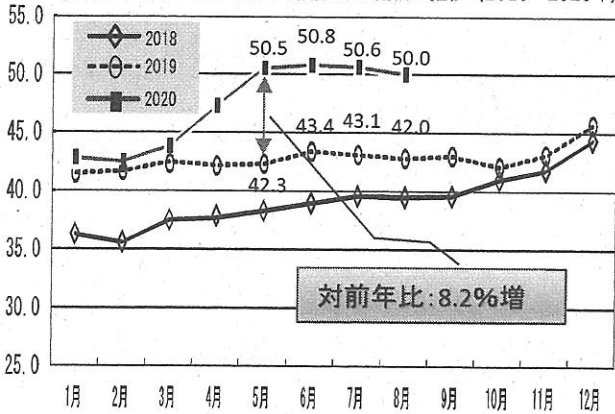


R2.12.2日時点集計

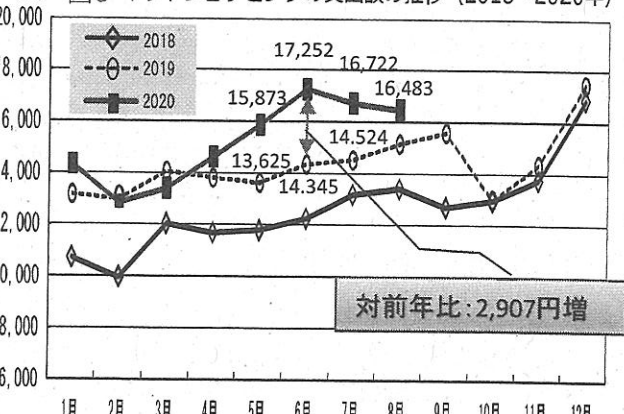
外出自粛や在宅勤務などにより、自宅で過ごす事が多くなり、ネット通販利用世帯の割合は5月には初めて5割を超え、支出額も増加しています。(図5、6)このような「巣ごもり消費」と言われる生活様式の変化に伴って、県内の消費生活センターに寄せられるネット通販でのトラブルに関する相談(令和2年1月~10月)は、前年同月と比較して約1.7倍の1,835件に急増しました。(図4)

相談事例としては、健康食品等を安価な「お試し価格」で購入したが、複数回の購入が条件だったといった定期購入トラブルに関するものが目立ちます。また、商品代金を支払ったのに商品が届かない、業者と連絡が取れない、粗悪品が届いた等の詐欺的な通販サイトに関するトラブルも寄せられました。

(%) 図5 ネットショッピング利用世帯の割合の推移(2018~2020年)



(円) 図6 ネットショッピングの支出額の推移(2018~2020年)



出典:総務省統計局(令和2年10月9日発表)家計消費状況調査 ネットショッピングの状況について(二人以上の世帯)

用語解説

用語	解説	脚注番号	該当ページ
【アルファベット】			
GAP (ギャップ)	GAP（農業生産工程管理）とは、Good（良い）Agricultural（農業の）Practice（実践）の頭文字をとったもの。農業において、食品安全・労働安全・環境保全等の持続可能性を確保するため、生産工程を農業者自らが確認・記録・保存し、管理する取組のこと。	18	28
HACCP (ハサップ)	Hazard Analysis and Critical Control Point の略。食品等事業者自らが、食中毒菌汚染や異物混入などの危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去または低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法。	17	28
ICT	Information and Communication Technologyの略。情報通信技術。	1	1,8
J-クレジット制度	省エネルギー機器の導入や森林経営などの取組による、CO ₂ などの温室効果ガスの排出削減量や吸収量を「クレジット」として国が認証する制度。	24	40
NPO	民間非営利組織。政府や私企業とは独立した存在として、地域の諸課題の解決などを目的に公共的・社会的な公益活動を行う組織・団体。	25	41
PIO-NET (パイオネット)	全国消費生活情報ネットワーク・システム。国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステム。PIO-NETとは、Practical Living Information Online Network System の略。	19	28,44,45
SNS	Social Networking Service (Site) の略。インターネット上で友人を紹介しあって、個人間の交流を支援するサービス（サイト）。	10	4,33,38
【カ行】			
外国人県民等	国籍、民族にかかわらず、母語や文化、宗教、生活習慣など、日本以外の背景をもつ県民をいう。	20	32,46,47
カーボン・クレジット	温室効果ガスの排出削減または吸収するプロジェクトを通じて生成される排出削減・吸収量を価値化（見える化）したものの。	23	40
環境こだわり農業	化学合成農薬・化学肥料の使用量を減らしたり、濁水の流出を防止するなど、琵琶湖をはじめとする環境への負荷を減らす技術を用いて行われる農業のこと。	7	4,41
環境こだわり農産物	県が定めた基準に基づき、化学合成農薬や化学肥料の使用量を通常の栽培の5割以下に減らすとともに、濁水の流出防止等、琵琶湖をはじめとする環境への負荷を減らす技術で生産され、県の認証を受けた農産物のこと。	8	4,28,41
キャッシュレス決済	物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用せずに商品・サービスの料金の支払等を行うこと。（クレジットカード・電子マネー・デビットカードなど）	11	4,8,33
協働	NPO・企業・行政など立場の異なる者同士が、各々が自立（自律）した対等な関係のもと、同じ目的・目標のために連携・協力し、公共的なサービスなどにおいて相乗効果を上げようとする取組。	15	11,30,34,39,41,49
グリーン購入	商品やサービスを購入するときに、まず購入の必要性を考え、環境への負荷が出来るだけ小さいものを選んで購入すること。グリーン購入を進めることは、ライフスタイルが環境にやさしいものになるだけでなく、商品等を供給する企業に環境への負荷が小さい商品の開発や環境に配慮した経営努力を促すことにつながる。	5	4,10,21,40

用語	解説	脚注番号	該当ページ
グローバル化	人やもの、資金、情報などが世界的な規模で動き、これに伴う社会における変化やその過程。	2	1
県民政策コメント制度	県が重要な施策を決めようとする際に、その原案を公表し、広く県民のみなさんから意見や情報を求め、それらの意見等を政策形成に反映させていく制度。いわゆるパブリック・コメント制度。	28	50
【サ行】			
サプライチェーン	原料調達・製造・物流・販売・廃棄等一連の流れ全体のこと。	13	10
三方よし	「売り手よし、買い手よし、世間よし」という言葉に表される、物を販売する際の売り手と買い手双方にとって利益があることに加え、商いを行う地域にとっても益する行為が大事である、という近江商人の経営理念。	21	40,41,42
(滋賀県)金融広報委員会	金融広報中央委員会、滋賀県、日本銀行京都支店、近畿財務局大津財務事務所、金融機関等関係団体と連携して、健全で合理的な家計運営のため、中立・公正な立場から暮らしに身近な金融に関する幅広い広報活動を行う団体。	4	4,20,35,36,37
消費者ホットライン	全国共通の電話番号(188)で、地方公共団体が設置している最寄りの消費生活相談窓口を案内するナビダイヤル。消費者庁が運営しており、音声ガイダンスに従って必要事項を入力すると、市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)または県消費生活センターへ繋がる。平成27年7月1日から3桁化(局番なし188番)された。	16	14,44
食品ロス	「食品ロス」とは、本来食べられるにもかかわらず捨てられる食品のこと。(食品廃棄物には、食品ロスのほか、例えば、魚・肉の骨など、食べられない部分が含まれる。)	9	4,5,10,36,40
石けん運動	昭和52年(1977年)5月、琵琶湖に淡水赤潮が発生し、その原因の一つが合成洗剤に含まれているリンに起因することがわかった。これを契機に発生した、合成洗剤の使用をやめて粉石けんを使おうという県民運動。	26	41
【タ行】			
多重債務	ローンやクレジットカードの利用などを行っている債務者が、借金返済等のためにさらに消費者金融(サラ金)などから借金を繰り返すなどし、返済不可能なほどの複数の債務が累積すること。	27	49
地球温暖化	石油などの化石燃料の燃焼により大気中の二酸化炭素等が増加し、地表から放出される赤外線を吸収することにより、地表の温度が上がる現象。地球温暖化は海面の上昇や気候の変化等を引き起こし、人類や生態系に悪影響を及ぼす。	22	40,41
地産地消	「地域生産・地域消費」の略語で、地域で生産されたものを地域で消費しようとする活動を通じて、生産者と消費者を結びつける取組。	6	4,10,39,41
電子マネー	一般に、カードなどにあらかじめバリュー(財産価値)をチャージ(入金)し、買い物時に端末に読み込ませて、電子的に決済するもの。発行主体によって分けると、①交通系②流通系に代表される「IC型」、③ネット系に代表される「サーバー型」に分けられる。	12	8
【ハ行】			
フェアトレード	フェアトレード(公正貿易)とは、発展途上国でつくられた作物や製品を適正な価格で継続的に取引することによって、立場の弱い発展途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易の仕組み。	14	10